

デジタル・マーケティング	履修年次	2	
	単位	2	
田村 修	配当期	後	
	授業方法	講義/ライブ	
<b>授業の内容</b>			
<p>[授業の概要]</p> <p>講義の前半では、デジタルが私たちの生活に浸透してきた歴史的背景とライフスタイルの変化を学びながら、デジタルマーケティングの基本的な考え方を「トリプルメディア」という概念を中心に解説をする。中盤では、デジタルメディアやソーシャルメディアが引き起こす社会問題に目を向け、身につけなければいけないメディアリテラシーについて解説をする。後半では行動観察やグループインタビューから得られた仮説から、実際にデジタルメディアやサービスソリューションの企画立案に関する個人ワークを中心とした演習を行う。</p> <p>この授業では座学だけではなく、グループ並びに個人の「演習」も行うため、受講する学生には授業外における相応量の活動が求められる。また、毎回提示された個人ワークへの取り組み、授業外における個人ワークのブラッシュアップ、翌週の演習に向けた準備を行うことが必須となる。</p>			
<b>この科目の到達目標</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 急速にデジタル化する社会の中で、ビジネスにおけるデジタル活用の潮流を把握する。</li> <li>・ デジタルメディア、ソーシャルメディア、Web サイトの方法論やフレームワークを学び、ビジネスや事業開発に必要な論理的な思考方法を身につけ応用することができる。</li> <li>・ 社会のデジタル化により新たに発生する社会的な諸問題の原因を探り、リアル・ネットを問わず社会倫理にそった判断と行動をとることができる。</li> </ul>			
<b>成績評価の方法</b>			
授業出席、授業外学習、小テスト、課題提出により総合的に判断する。課外学習の指示・提出は manaba で行う。			
週	授業項目	週	授業項目
1	コミュニケーションのデジタル化と生活環境の変化	8	演習 A-1: Web コンテンツ企画の検討
2	デジタルマーケティングとトリプルメディア	9	演習 A-2: Web コンテンツ企画検討と実制作
3	オウンドメディアとブランド体験	10	演習 B-1: カスタマージャーニーマップの作成とサービス検討
4	ペイドメディアとメディアプランニング	11	演習 B-2: サービスソリューション開発の企画プラン作成
5	ソーシャルメディアによる生活者とのエンゲージメント	12	EC ビジネスとソーシャルメディア
6	ソーシャルメディアの引き起こす社会問題	13	デジタル社会におけるベンチャービジネス
7	デジタルメディアリテラシーと企業倫理	14	AI と IoT とマーケティングの新しい関係